

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini dengan bertambahnya jumlah perusahaan membuat persaingan dunia bisnis semakin ketat di Indonesia. Suatu perusahaan didirikan dengan tujuan untuk kekayaan bagi pemegang saham atau meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh harga saham perusahaan di pasar modal, jika harga saham perusahaan di pasar modal dalam keadaan stabil dan terus mengalami kenaikan dalam jangka panjang berarti perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik terus – menerus di masa depan (Achmad, 2014). Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para manajer ataupun dewan komisaris.

Penelitian yang menegenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan telah banyak dilakukan. Faktor-faktor tersebut antara lain *Good Corporate Governance* (GCG), Ukuran Perusahaan, *Market Share*, dan Kesempatan Tumbuh. GCG merupakan tata kelola perusahaan yang menjelaskan hubungan antara berbagai partisipan di perusahaan dalam menentukan arah kinerja perusahaan. Tata kelola yang perusahaan yang baik dalam perusahaan diharapkan mampu dijadikan sinyal bahwa informasi mengenai perusahaan transparans dan memiliki manajemen yang baik

sehingga mampu menarik minat investor dan meningkatkan nilai saham. Penelitian yang telah dilakukan oleh Randy dan Juniarti (2013) bahwa penerapan GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian Susilo, Sulastri & Isnurhadi (2018) bahwa penerapan GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Market Share merupakan salah satu indikator yang mampu menjelaskan tentang posisi persaingan perusahaan dalam suatu industry (Randy dan Juniarti, 2013). Semakin tinggi *market share* menandakan bahwa produk/jasa perusahaan itu dapat diterima baik oleh pasar, sehingga hal itu dipersepsikan positif oleh investor. Pada penelitian Stacia dan Juniarti (2015) menyatakan bahwa *market share* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi pada penelitian Randy dan Juniarti (2013) menyatakan bahwa *market share* tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan adalah skala yang diklasifikasikan untuk mengukur besar kecilnya perusahaan (Aryani, 2011). Ukuran perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Perusahaan dengan total aset besar merupakan sinyal bagi investor bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang. Penelitian yang dilakukan Pratama dan Wiksuana (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, penelitian Randy dan Juniarti (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut Jalil (2013) kesempatan tumbuh menjelaskan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan. Kesempatan tumbuh yang dihadapi perusahaan diwaktu yang akan datang merupakan suatu prospek baik yang dapat mendatangkan laba bagi perusahaan. Peluang pertumbuhan yang baik atau perusahaan mempunyai prospek yang bagus dimasa mendatang dapat memberikan sinyal positif bagi peningkatan nilai perusahaan. penelitian yang dilakukan oleh Ananda dan Nugraha (2016) membuktikan bahwa kesempatan tumbuh berpengaruh pada nilai perusahaan. Tetapi berebeda dengan penelitian Burhanuddin dan Yusuf (2019) bahwa kesempatan tumbuh tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu yang belum konsisten memotivasi untuk dilakukan penelitian kembali. Penelitian ini mengacu pada penelitian Randy dan Juniarti (2013). Penelitian ini berbeda dengan penelitian Randy dan Juniarti (2013), yang membedakan antara lain : pertama, pada penelitian ditambahkan dengan variabel kesempatan tumbuh. Dengan kesempatan tumbuh yang baik dapat memberikan peningkatan pada nilai perusahaan. Kedua, penelitian ini menggunakan periode tahun 2014-2018, akan tetapi pada penelitian Randy dan Juniarti (2013) menggunakan periode 2007-2011.

1.2 Rumusan Masalah

Nilai perusahaan sangatlah penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kekayaan pemegang saham (Rika dalam Rahayu, 2013). Penelitian tentang nilai perusahaan sudah pernah dilakukan

pada penelitian sebelumnya, seperti Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh GCG (Randy dan Juniarti, 2013; Wati, 2012 & Susilo, Sulastri dan Isnurhadi, 2019), *Market share* (Randy dan Juniarti, 2013 & Stacia dan Juniarti, 2015), Kesempatan Tumbuh (Nuswandari, 2009; Burhanuddin dan Yusuf, 2019) & Ananda dan Nugraha, 2016), dan Ukuran Perusahaan (Randy dan Juniarti, 2013; Nuswandari, 2009 & Pratama dan Wiksuana, 2018). Namun hasil-hasil penelitian tersebut tidak konsisten.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut

1. Bagaimana pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh *Market Share* terhadap Nilai Perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan?
4. Bagaimana pengaruh Kesempatan Tumbuh terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah ditentukan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Nilai Perusahaan
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Market Share* terhadap Nilai Perusahaan

3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kesempatan Tumbuh terhadap Nilai Perusahaan
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengharapkan memberikan dua kegunaan bagi pihak-pihak berikut ini:

1. Bagi Akademisi
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya konsep atau teori yang dapat mendorong pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh GCG, *market share*, ukuran perusahaan, kesempatan tumbuh terhadap nilai perusahaan.
 - b. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Bagi Praktisi
 - a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman bagi perusahaan untuk pengambilan kebijakan dan keputusan dalam meningkatkan nilai perusahaan.
 - b. Bagi Investor

Dalam penelitian ini digunakan sebagai referensi dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi yang menguntungkan bagi perusahaan.